

Pressemeldung

TNS-Infratest-Studie: Junge Deutsche wollen Versicherung à la Facebook und Co. (mit Infografik)

Jeder Zweite möchte mit einem Kundenmitarbeiter skypen oder chatten

Kelkheim, 9. März 2015 – Einkaufen mit wenigen Klicks, Daten selbst verwalten und Produkte bewerten: Was Verbraucher seit Jahren von großen Online-Anbietern kennen, erwarten sie zunehmend auch in traditionellen Branchen, zum Beispiel von Versicherern. Von den jungen Deutschen im Alter zwischen 14 und 29 Jahren möchten 40 Prozent am liebsten eine Versicherung, die so ist wie Facebook, Apple oder Amazon. Die Generation über 60 Jahre empfiehlt den Versicherungsunternehmen dagegen vor allem Aldi als Vorbild. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen TNS-Infratest-Befragung im Auftrag des Start-ups Community Life. Auf <https://www.communitylife.de> können sich Verbraucher über Versicherungen informieren und diese direkt online abschließen. Außerdem können sie ihre Verträge dort jederzeit einsehen sowie verwalten.

Versicherer sind also gefordert, sich an digitalen Anbietern wie Amazon und Facebook zu orientieren. Wenn sie die jungen und internetaffinen Verbraucher noch erreichen wollen, müssen sie ihr komplettes Geschäft ins Internet verlagern. 60 Prozent der Bundesbürger wünschen sich von ihrem Versicherer einen Online-Auftritt, über den sie sämtliche Angelegenheiten schnell und direkt erledigen können. „Google, Facebook, Amazon und Co. haben die Ansprüche der Menschen verändert“, sagt Dr. Claudia Lang, Mitgründerin des Online-Start-ups Community Life. „Gerade die Jüngeren wollen sich zunehmend selber informieren und die Möglichkeiten des Netzes voll ausschöpfen – auch wenn es um das Thema Versicherung geht.“

So einfach wie bei Amazon

Dabei reicht es nicht, Produktinformationen, Beitragsrechner und Formulare sowie Kontaktadressen ins Netz zu stellen. Die Mehrheit erwartet vollfunktionsfähige Internetfilialen. „Eine Änderung meiner Daten bei einer Versicherung muss so einfach sein, wie eine Änderung meiner Daten bei Amazon“, sagen 63 Prozent der Befragten. Mehr als zwei Drittel fordern, dass Fragen an Versicherer mit wenigen Klicks im Netz beantwortet sind. Mehr als die Hälfte aller Verbraucher möchte zudem mit einem persönlichen Ansprechpartner skypen oder chatten. Und 60 Prozent möchten den Versicherer jederzeit per Computer, Smartphone und Tablet erreichen können. „Vom ersten Werbekontakt über die Risikoprüfung und den Vertragsabschluss bis zum schnellen Austausch mit einem Mitarbeiter und anderen Kunden muss heute alles online möglich sein“, verdeutlicht Lang.

Verständlichkeit ist Trumpf

Noch ist der durchgängige Kaufprozess allerdings eine Seltenheit in der Branche. Gleichzeitig hapert es an Transparenz. Für 88 Prozent der Deutschen müssen sich Versicherer deutlich mehr anstrengen, um ihre Kunden einfach und verständlich über

Versicherungen zu informieren. Die 14- bis 35-Jährigen sind die kritischste Gruppe: 95 Prozent erwarten Auskünfte, die sie schnell verstehen. Knapp drei Viertel der Jüngeren schließen Versicherungen im Internet nur ab, wenn sie sich ausreichend informiert fühlen. „Menschen wollen genau nachvollziehen, was sie für ihr Geld bekommen. An dieser Forderung kommt die Versicherungsbranche nicht mehr vorbei“, sagt Claudia Lang von Community Life.

Informationen zur Studie

TNS-Infratest befragte im Auftrag von Community Life in einer repräsentativen Umfrage 1.000 Menschen ab 14 Jahre zu ihren Erwartungen in puncto Versicherung und Internet. TNS Infratest führte die bundesweite Befragung in Telefoninterviews nach der Methode des Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) durch.

Bildmaterial (hochauflösend)

Porträt von Dr. Claudia Lang, Geschäftsführerin Community Life, zum Download:
<https://www.communitylife.de/blog/claudia-lang>

Porträt von Stefan Keck, Geschäftsführer Community Life, zum Download:
<https://www.communitylife.de/blog/stefan-keck/>

Logo Community Life zum Download:
<https://www.communitylife.de/blog/logo/>

Über Community Life

Community Life ist ein Start-up, das sich zum Ziel gesetzt hat, Versicherung einfach zu machen. Fair, transparent und social – das ist das Prinzip, nach dem das internetbasierte Unternehmen Absicherungslösungen und Services für Kunden entwickelt. Das Portal ist seit Februar 2015 unter www.communitylife.de erreichbar.

Community Life bietet Versicherungen für alle, die ihre Absicherung selbst in die Hand nehmen wollen. Herzstück ist eine Online-Community, in der Verbraucher sich einfach über Lebensversicherungen informieren und gegenseitig austauschen können. Es besteht die Möglichkeit, Versicherungslösungen direkt abzuschließen und eigenständig zu verwalten. Alle Unterlagen stehen rund um die Uhr digital zur Verfügung. Wer möchte, kann sich telefonisch, per Live-Chat oder E-Mail qualifiziert beraten lassen.

Community Life ist als Versicherungsvermittler registriert. Gründer sind Dr. Claudia Lang und Stefan Keck, die über 20 Jahre Erfahrung im Management deutscher und internationaler Lebensversicherer vorweisen. Gemeinsam mit einem Team von rund zehn Versicherungsexperten arbeiten sie daran, Versicherung zu verändern.

Weitere Informationen finden Sie im Community Life-Blog unter www.communitylife.de/blog/.

Pressekontakt

Agentur Frau Wenk +++ e.K.

Andrea Buzzi

Kleine Reichenstr. 8

D-20457 Hamburg

Tel.: +49 40 32 90 47 38 - 0

communitylife@frauwenk.de

www.frauwenk.de